

LAMPIRAN

Interview Guide Informan 1

Demajors DIY

1. Analisis SWOT
 - a. Apa saja yang menjadi kekuatan dari Demajors DIY dalam memasarkan rilisan fisik di Yogyakarta?
 - b. Mengapa menjadikan hal tersebut sebagai kekuatan dari Demajors DIY?
 - c. Apa saja yang menjadi kelemahan dari Demajors DIY dalam memasarkan rilisan fisik di Yogyakarta?
 - d. Apa yang menjadi titik lemah dari Demajors DIY dalam memasarkan produk?
 - e. Mengapa menjadikan hal tersebut sebagai titik lemah bagi Demajors DIY dalam memasarkan rilisan fisik di Yogyakarta?
 - f. Apa saja yang menjadi ancaman bagi Demajors DIY dalam memasarkan rilisan fisik di Yogyakarta?
 - g. Apa saja yang menjadi peluang bagi Demajors DIY dalam memasarkan rilisan fisik di Yogyakarta?
 - h. Bagaimana Demajors DIY memaksimalkan peluang tersebut untuk mendukung kegiatan komunikasi pemasaran yang di lakukan?
2. Segmentasi Pasar
 - a. Siapa saja yang menjadi segmentasi pasar Demajors DIY?
 - b. Bagaimana Demajors DIY dalam mengelompokkan segmentasi pasar tersebut?
3. Target Pasar
 - a. Siapa yang menjadi target pasar utama Demajors DIY?
 - b. Bagaimana Demajors DIY menentukan target pasar?
 - c. Mengapa memilih target pasar tersebut ?
 - d. Apakah ada suatu inovasi yang telah di lakukan oleh Demajors DIY untuk memelihara target pasar tersebut?

4. Bauran Pemasaran

- a. Apa alasan utama Demajors DIY dalam menentukan lokasi toko yang berada di dalam kompleks JNM?
- b. Apa saja produk yang dimiliki oleh Demajors DIY?
- c. Apakah semua musisi yang tergabung dengan Demajors Record mencetak karyanya dalam bentuk format yang sama?
- d. Berapa harga yang ditetapkan Demajors DIY untuk setiap produknya?
- e. Bagaimana Demajors DIY dalam menentukan harga setiap produk?
- f. Apa saja yang telah dilakukan oleh Demajors DIY untuk memasarkan produknya dalam hal promosi?
- g. Apa saja dampak yang telah dirasakan oleh Demajors DIY dalam penerapan marketing mix?

5. Bauran Promosi

- a. Apa saja media yang digunakan oleh Demajors DIY dalam bauran promosi?
- b. Mengapa memilih media sosial sebagai sarana berpromosi Demajors DIY?
- c. Apa saja media sosial yang digunakan oleh Demajors DIY dan mengapa memilih media sosial tersebut?
- d. Apakah ada suatu pesan yang disampaikan pada saat berpromosi atau berkomunikasi dengan target konsumen sebagai strategi pesan?
- e. Apa tujuan utama isi dari pesan tersebut?
- f. Bagaimana proses Demajors DIY dalam menerapkan penyampaian pesan tersebut?

6. Saluran Komunikasi Pemasaran

- a. Apa saja media saluran komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Demajors DIY?
- b. Bagaimana Demajors DIY melakukan direct marketing sebagai saluran komunikasi pemasaran?
- c. Apa alasan Demajors DIY menggunakan direct marketing sebagai media saluran komunikasi Demajors DIY?
- d. Bagaimana proses kegiatan direct marketing yang dilakukan oleh Demajors DIY?

- e. Apa saja yang dilakukan oleh Demajors DIY dalam personal selling sebagai saluran komunikasi pemasaran?
- f. Mengapa memilih tahapan personal selling sebagai media saluran komunikasi Demajors DIY?
- g. Apakah Demajors DIY pernah mengikuti suatu event?
- h. Apakah Demajors DIY pernah menjadi media partner untuk suatu event?
- i. Apa maksud dan tujuan Demajors DIY dalam mengikuti sebuah event tersebut?
- j. Apa indikator Demajors DIY untuk mengevaluasi hasil dari beberapa tahapan komunikasi pemasaran yang telah dilakukan?

Interview Guide Informan 2

Konsumen Demajors DIY

1. Analisis SWOT
 - a. Apa kekuatan yang di miliki oleh Demajors DIY dalam memasarkan rilisan fisik di Yogyakarta di bandingkan dengan toko lain?
 - b. Apa kelemahan yang di miliki oleh Demajors DIY dalam memasarkan rilisan fisik di Yogyakarta?
 - c. Bagaimana menurut saudara mengenai pendapat Demajors DIY yang mengungkapkan jam operasional menjadi titik lemah bagi mereka ?
 - d. Bagaimana menurut saudara mengenai pendapat Demajors DIY yang mengungkapkan dunia digital melalui internetnya dapat di jadikan sebuah peluang dalam mendukung komunikasi pemasaran?
2. Segmentasi Pasar
 - a. Siapa saja yang menjadi segmentasi pasar dari Demajors DIY menurut pendapat Anda?
3. Target Pasar
 - a. Siapa yang menjadi target pasar Demajors DIY menurut pendapat Anda?
4. Bauran Promosi
 - a. Bagaimana lokasi toko Demajors DIY yang terletak di dalam kompleks JNM (Jogja Nasional Museum) menurut pendapat Anda?
 - b. Bagaimana menurut pendapat Anda mengenai produk yang dimiliki oleh Demajors DIY berupa kaset pita, CD dan *vinyl* atau piringan hitam?
 - c. Bagaimana menurut pendapat Anda mengenai harga produk Demajors DIY?
 - d. Bagaiman menurut pendapat Anda mengenai promosi yang telah di lakukan oleh Demajors DIY?
 - e. Bagaimana menurut pendapat Anda mengenai media promosi yang di gunakan oleh Demajors DIY?
 - e. Bagaimana menurut pendapat Anda mengenai strategi pesan yang di lakukan oleh Demajors DIY?

5. Saluran Komunikasi Pemasaran

- a. Bagaimana menurut pendapat Anda mengenai media advertising berupa brosur yang di gunakan oleh Demajors sebagai saluran komunikasi pemasaran mereka?
- b. Bagaimana menurut pendapat Anda mengenai direct marketing yang telah di lakukan oleh Demajors DIY?
- c. Bagaimana menurut pendapat Anda mengenai personal selling yang telah di lakukan oleh Demajors DIY?
- d. Bagaimana menurut pendapat Anda mengenai event and experience yang telah di ikuti oleh Demajors DIY?